LA CHÂTAIGNE ET LE MARRON EN 2011

>>> BILAN DE CAMPAGNE

Une campagne victime des aléas climatiques

Pertes de récolte importantes liées à des conditions météorologiques atypiques, qualité sanitaire médiocre des fruits et faiblesse de la demande marquent la saison 2011. Le bilan est nettement négatif, aussi bien dans le Sud-Ouest qu'en Rhône-Alpes.

Faits marquants

La saison 2011 se caractérise par une production précoce, des fruits de qualité sanitaire médiocre et un déficit de 30 à 50 % de l'offre commercialisable.

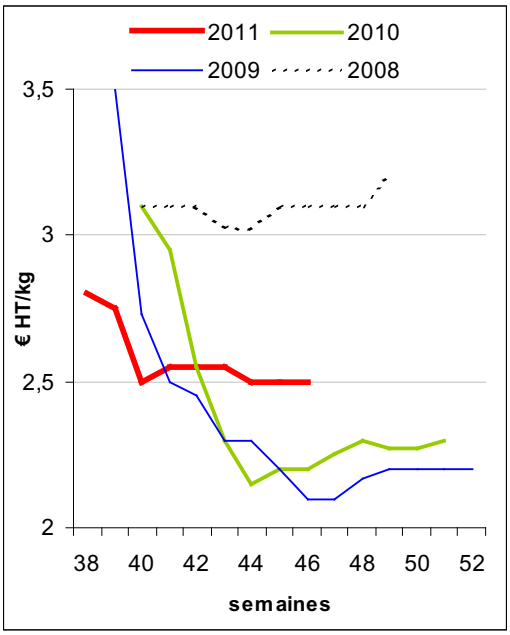
La sécheresse printanière, puis la chaleur automnale, pénalisent la production en limitant le calibre des fruits. Les températures élevées de septembre et octobre nuisent aussi à la conservation des fruits et freinent la consommation.

La faiblesse de l'offre et la prédominance de petits calibres sont plus préjudiciables au marché extérieur qu'intérieur. Les professionnels ne parviennent en effet pas à répondre à la demande de leurs clients étrangers.

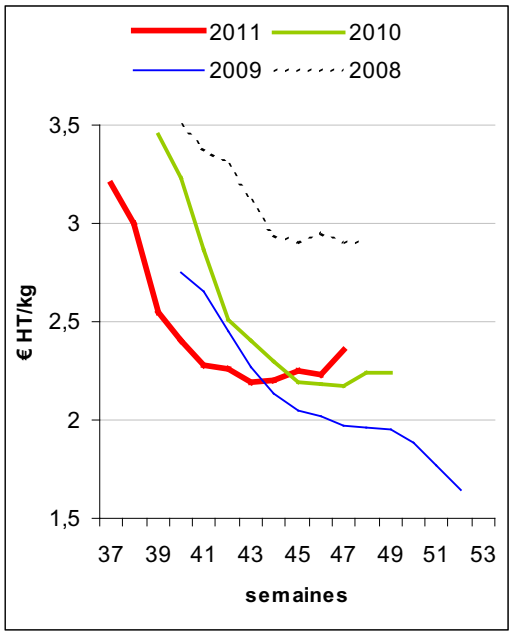
Les cours, déjà bas en début de campagne, chutent de 10 à 20 % en un mois puis se stabilisent. Suite aux nombreux problèmes qualitatifs rencontrés, la campagne doit être écourtée.

Cours à l'expédition
marron et châtaigne G 2 - cat I

Expédition région Rhone-Alpes



Expédition région Sud-Ouest



Une campagne précoce mais écourtée avec des prix bas durant une grande partie de la saison

FranceAgriMer

RNM RÉSEAU DES NOUVELLES DES MARCHÉS

SOMMAIRE

- Faits marquants page 1
- Déroulement de la campagne page 2

Déroulement de campagne

Dans le Sud-Ouest

Septembre

Les expéditions commencent vers la mi-septembre sous des températures très estivales qui perturbent les récoltes et freinent la consommation. La mise en place du produit se fait lentement. Le marché manque de dynamisme. Dans ce contexte, les prix d'entrée de campagne ne peuvent être maintenus. Ils chutent de 20% au cours du seul mois de septembre.

Octobre

La récolte 2011, ramassée sous la chaleur et parfois fortement atteinte par le carpocapse, se conserve mal. Les volumes manquent. Le déficit de l'offre est estimé à 30% dans le Sud-Ouest. Les expéditeurs ont du mal à satisfaire leurs clients à l'exportation. Sur le marché intérieur, la demande reste réservée, mais les cours commencent à se redresser en raison du manque de produit.

Novembre

Les problèmes de qualité perdurent et impliquent la mise en œuvre de tris sévères lors du conditionnement. Les expéditeurs cherchent à écouler au plus vite leurs stocks. Les lots de bonne qualité se vendent logiquement à bon prix jusqu'à la fin de la campagne. Celle-ci intervient prématurément à la fin du mois de novembre.

En Rhône-Alpes

Septembre

La chaleur de septembre pénalise la mise en place des variétés précoces. L'avance de campagne d'une quinzaine de jours est un handicap supplémentaire. La demande, très réservée sur le marché français, offre davantage de débouchés à l'export vers la Suède, la Belgique et le Danemark. En fin de mois, les ventes ne s'accélèrent pas, malgré les concessions de prix.

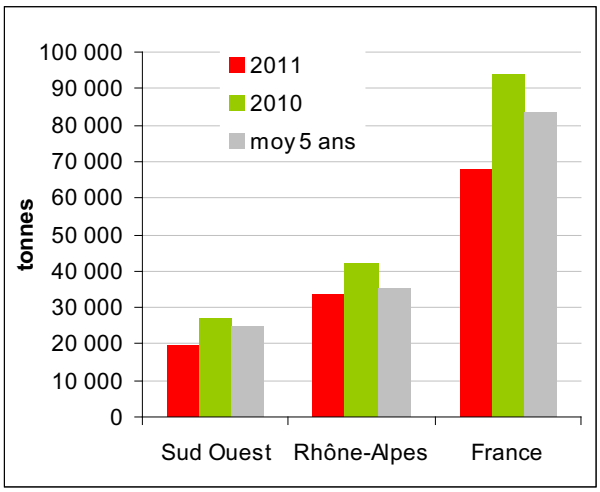
Octobre

Avec la chaleur persistante, les prévisions de récolte, qui s'annonçaient prometteuses, sont divisées par deux. La chaleur stoppe la croissance des fruits qui ne tombent pas. Le manque de produit est surtout préjudiciable à l'exportation, le marché désorganisé peine à répondre à la demande extérieure. Malgré d'importants efforts de triage, la qualité très incertaine des fruits nécessite le départ de nombreux lots vers la transformation. De plus, pour éviter tout litige à l'exportation avec un produit non conforme, les professionnels sont contraints de revoir leurs circuits de distribution. En fin de mois, les ventes se concentrent sur un marché intérieur très fragilisé. La commercialisation de la variété Comballe se termine avec des problèmes qualitatifs récurrents.

Novembre

Le marron Bouche Rouge se met en place début novembre. Pour cette variété également, l'offre est restreinte et la qualité médiocre. Les températures toujours chaudes n'incitent pas à la consommation. Face à la persistance des problèmes qualitatifs et à la faiblesse de l'offre, une majorité d'opérateurs choisit d'arrêter la commercialisation. La campagne se termine précocement avant la fin du mois.

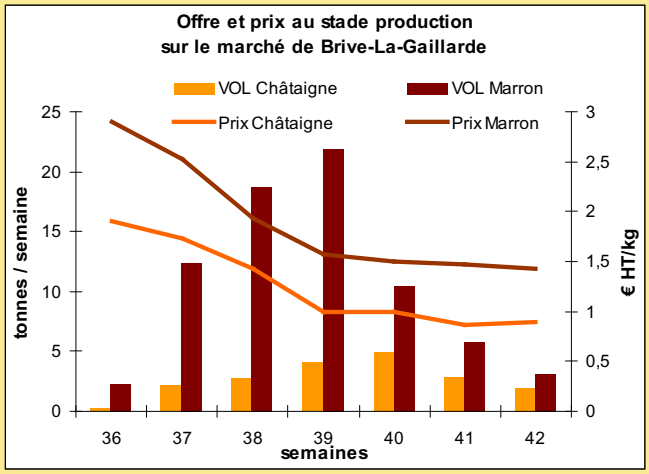
Production française de châtaigne et de marron
source SSP



Une production nettement inférieure à celle de 2010

Le marché de production de Brive-La-Gaillarde

Le marché du marron et de la châtaigne débute à Brive le 7 septembre avec 10 jours d'avance. Malgré ce démarrage de campagne précoce, vendeurs et acheteurs sont au rendez-vous. Les premiers lots de marron et châtaigne se vendent toutefois à un niveau de prix légèrement en dessous de celui pratiqué en 2010. La demande est meilleure en marron qu'en châtaigne. Avec l'augmentation des volumes et la présence de quelques fruits véreux, les prix baissent durant tout le mois de septembre. Ils ne se stabilisent qu'en octobre quand les apports des producteurs commencent à diminuer. La campagne s'arrête prématurément le 21 octobre 2011 sur un bilan mitigé. Entre 2010 et 2011, les volumes négociés sur le marché de Brive n'ont pas trop évolué mais le prix moyen de la campagne a baissé de -25% pour le marron et -7% pour la châtaigne.



Quatre fois plus de marrons que de châtaignes… mais une évolution de prix similaire.

FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Direction Marchés, études et prospective
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil-sous-Bois cedex
Tél. : 01 49 55 59 14 / Fax : 01 49 55 48 64

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA FORÊT

Pour en savoir plus sur la châtaigne et le marron :

Directeur de la publication : **Fabien Bova**
Composition : **RNM d'Agen (Nathalie Duranton-Eveillard)**
Date de parution : Février 2013
Rédacteur : **Bernadette Dupont**
Centre de Lyon : 04.78.63.13.16
notre site : **www.rnm.franceagrimer.fr**
Reproduction autorisée sous réserve de citer la source.
Prestation réalisée sous système de management de la qualité ISO9001.